

# Vytvoření příznivého prvního dojmu

Pokud chceme dosáhnout při pracovním pohovoru úspěchu, je dojem, který na členy přijímací komise uděláme při prvním setkání, velice důležitý. Psychologické studie tvrdí, že si svůj úsudek o druhém uděláme během 7 až 14 vteřin od prvního kontaktu. Musíme si uvědomit, že tak, jako my sami hodnotíme osoby, se kterými se denně setkáváme, tyto lidé naopak zase hodnotí nás. Navíc, ať se nám to líbí nebo ne, 55 % názorů lidí vychází z (fyzického) vzhledu, tedy z toho, co je patrné na první pohled.

Stereotypní vyvozování osobnostních dispozic z vnějších znaků se v psychologii nazývá haló efektem. Ve slovníku se dočtete, že haló efekt (z anglického hallo; z latinského effectus = způsobený, výsledný) je druh sociální percepce - ovlivnění všeobecným prvním dojmem, kterým na nás určitý jedinec zapůsobil - ať už kladným nebo záporným. Pokud byl náš první dojem o člověku příznivý, máme tendenci jeho vzhled i chování hodnotit kladně. V případě záporného dojmu máme sklon veškeré další projevy dotyčného hodnotit záporně. Například „haló efekt atraktivity“ se projevuje přisuzováním pozitivnějších vlastností atraktivnějším lidem. Na základě "haló efektu" mohou být také lidé s maskulinními rysy tváře považováni za agresivnější a dominantnější, lidé s méně upraveným vzhledem považováni za nepořádné a naopak upravení lidé za spořádané a pečlivé, atd...

## OBLEČENÍ

Přiměřené oblečení v té které firmě je odvozeno od firemní kultury. Pokud má firma pevně stanovený dress code - kodex oblékání určující, jak se na danou, více či méně formální událost obléknout, měli byste ho dodržet i vy při přijímacím pohovoru. V žádném případě se však nejedná o drahé a extra módní oblečení. Pokud ale má firma pro ženy stanovený kostýmek a pro pány oblek, je dobré toto pravidlo dodržet. To, že bude oblečení čisté /platí i pro boty/ a vyžehlené je samozřejmostí.

S tím souvisí umyté vlasy a upravený účes, upravené nehty, obočí, atd. U žen pak přiměřené nalíčení, u mužů upravené vousy nebo hladké oholení. Zanechte doma přehnané množství šperků, módní výstřelky, piercing, sportovní obuv, pantofle nebo sandály, džíny, ... Vždy raději zvolte konzervativnější oblečení, účes i parfém. Je lepší zapůsobit svými znalostmi a dovednostmi, než aby si vás partner pamatoval kvůli bizarní obuvi nebo účesu.

I kdyby si zrovna vás pro danou pracovní pozici nevybrali, zanecháte alespoň dobrý dojem. V branži se lidé stále setkávají při různých příležitostech a zanechání dobrého dojmu se vždy v budoucnu vyplatí.

## DOPLŇKY

Dbejte na to, abyste nenosili s sebou přebytečná zavazadla. Pokud z nějakého důvodu jste nuceni s sebou větší zavazadlo mít, odložte je před vstupem do místnosti, kde se pohovor koná. Jako jediné povolené „zavazadlo“ můžete použít elegantní kabelku /pánskou tašku/, v níž budete mít pouze diář, telefon /dámy pudřenku/ a kapesníky. Případně podklady nebo blok si neste v aktovce nebo tašce na spisy. V žádném případě nenoste igelitku nebo snad dokonce nákup. To, že jste si při cestě nakoupili, není právě vhodný argument.

## VSTUP DO MÍSTNOSTI

Až 75 % dojmu z osobního setkání je ovlivněno nonverbální komunikací. Jak sedět, stát, podávat ruku, gestikulovat, tvářit se – o tom se píše celé knihy. Správný postoj, úsměv a pohled do očí mohou být někdy důležitější než perfektní životopis, tři jazyky a spousta odabsolvovaných stáží. K vytvoření dobrého dojmu vám pomůže už správné oblečení. Elegantní oblečení nás nutí k noblesnějšímu chování. Těžko si na židli sednete jako vozka na kozlík, budete-li mít na sobě úzkou sukni nebo elegantní sako. Do místnosti vstupte klidně a rozvážně a navažte postupně zrakový kontakt se všemi přítomnými. Udržujte uvolněný, ale vzpřímený a kontrolovaný postoj. Nechtějte být „neviditelní“, ani přehnaně „jasně zářit“. Je pravda, že vzpřímené držení těla a klid nejsou důkazem inteligence, ale shrbená záda a svěšené paže nebo nohy obtočené kolem židle, mohou znevážit i toho nejvzdělanějšího génia. Stejně tak časté posunování brýlí, neustálé upravování účesu a oblečení, časté dotýkání se nosu, očí a uší jsou pohyby, které mohou ve druhém účastníkovi dialogu vyvolat negativní dojem. Zároveň prozrazují naší nejistotu a nedostatek sebevědomí nebo naši nepřipravenost na pohovor.

A pozor na nejtýpější chyby – pohledy upřené na desku stolu nebo na naše ruce v klíně působí defenzivně. Zatímco pohled bloudící po stropě nebo zkřížené ruce, případně "znuděný" postoj, může vyvolat dojem, že vám na jednání nezáleží.

## MLUVA

Ze statistik vyplývá, že zhruba 38% toho, jaký zanecháte první dojem vyplývá ze způsobu vyjadřování a modulace našeho hlasu. Tyto složky dotvářejí obraz naší osobnosti, když prezentujeme sebe, své vědomosti a znalosti, své názory. Jen 7 - 14% našich názorů na ostatní vyplývá z toho, co říkají. Snažte se tedy předem si určit, jak budete mluvit – sebevědomě, skromně, agresivně, ...? A tomu přizpůsobte volbu slovníku, dynamiku a melodii řeči. Základní funkce

melodie řeči je členit text na jednotlivé úseky, což napomáhá ke srozumitelnosti naší řeči a zároveň vyjadřuje i emocionální zaujetí mluvčího. Dynamika /silová modulace/ ovlivňuje pozornost posluchače. Z psychologického hlediska není dobré mluvit ani

- příliš hlasitě – může vznikat dojem útočnosti hovořícího /vyplývá i z velikosti místnosti, ve které se rozhovor odehrává/
- ani příliš tiše – v posluchači může vznikat dojem ostychu, eventuelně nezájmu nebo neznalosti

Mysleme na to, že ani příliš překotné tempo řeči, ani rozvláčné a zdouhavé vysvětlování není žádoucí. Snažme se zachovávat obvyklé řečové tempo. Mluvme tak rychle, abychom dokázali přesně vyslovovat všechny slabiky a hlásky. Dodržujme logické frázování – vyplývající z významu sdělovaného a nepodceňujme pauzy, které mohou plnit samostatnou komunikační funkci. Neužívejte příliš dlouhé věty a složitá souvětí, protože v mluvené podobě jazyka jsou méně přehledná a pro posluchače někdy nejasná.

Kvalita našeho verbálního sdělení spočívá v celkové uměřenosti, volbě slov a řečových prostředků a ve schopnosti vcítit se do situace a poznat potřeby a zájmy komunikačních partnerů.